

# WACANA PARANORMAL DI MEDIA CETAK

( Studi Semiotik-Sosial Iklan Paranormal dalam Tabloid Posmo )

## SKRIPSI



Disusun oleh :

**MOCHAMAD TAUFIQ HIDAYAT**

**NIM. 079514889**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2001**

Surabaya, Mei 2001

Menyetujui untuk diujikan,

Dosen Pembimbing Skripsi



Dra. Rachmah Ida, M. Comm  
NIP. 132.061.811

Surabaya, Juli 2001

SKRIPSI INI TELAH DIUJIKAN DI DEPAN DEWAN PENGUJI

Penguji Utama



Drs. Henry Subiarto, SH. MA  
NIP. 131. 801 645

Anggota



Drs. Yan Yan Cahyana, MA  
NIP. 131. 289. 506



Dra. Rachmah Ida, M. Comm  
NIP. 132.061.811

### Abstraksi

*Sebagai sebuah profesi tradisional, dukun atau paranormal telah mengalami transformasi akibat beragam pengaruh dan tarik ulur berbagai kepentingan. Ada dua fenomena menarik yang bisa dicatat di sini, pertama masih ambigunya perhatian pemerintah terhadap profesi ini. Kedua, maraknya bermunculan media yang mengekspose profesi ini dengan jangkauan terbitan secara nasional ataupun melalui internet.*

*Persoalan dalam pemikiran peneliti apakah memang terjadi pergeseran orientasi atau transformasi akibat kondisi tersebut diatas. Penelitian dirancang untuk ini mengungkap (1) Kode-kode sosial, estetis, logis dan kultural (2) permasalahan ideologis, (3) sosiologis, (4) antropologis dibalik kode-kode penting yang ditemukan dalam iklan jasa paranormal dalam Tabloid Posmo, serta (5) upaya pembentukan citra atau identitas paranormal kontemporer.*

*Pendekatan penelitian yang pada dasarnya eksploratif ini menggunakan tahapan analisa semiologi Arthur Asa Berger untuk menguraikan kode-kode yang terdapat dalam iklan. Hasilnya dianalisis menurut model semiotik sosial (Gottdiener, 1995); dan di bagian akhir dilakukan katalisa untuk menemukan hubungan kuasa dan pengetahuan sesuai kerangka pikir Foucault.*

*Dari penelitian ini ditemukan bahwa profesi paranormal yang seumur keberadaan kebudayaan manusia sempat "tenggelam" lantaran dianggap mewakili pemikiran terbelakang dari sebuah masyarakat. Tetapi, masih diakui keberadaannya sebagian masyarakat karena jasanya tetap dibutuhkan.*

*Identitas paranormal dalam iklan jasa layanan paranormal yang diteliti menggambarkan paranormal sebagai orang dengan ilmu tinggi, kekuatan gaib, daya linuwih. Kemampuan ini biasanya digunakan untuk mengetahui hal-hal yang belum terjadi, penyembuhan penyakit atau kekebalan dan penjagaan diri.*

*Sebagai sebuah lembaga kebudayaan, keparanormalan dipengaruhi dan mempengaruhi lembaga-lembaga kebudayaan lain. Dalam konteks kontemporer, untuk mempertahankan dirinya di kota atau dalam keadaan pendidikan yang maju suatu saat nanti, paranormal akan meminjam beberapa konsep dan menggunakan pengetahuan pseudo ilmiah serta memperhebat periklanannya. Cara-cara semacam ini ditempuh untuk memperoleh akseptabilitas dari audience.*

*Penelitian ini dapat dikembangkan lagi menjadi sebuah analisa terhadap wacana profesi paranormal dalam masyarakat kontemporer.*